

Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada UD. Rezeki Baru

Application of SWOT Analysis as a Business Development Strategy at UD. New sustenance

Indah Pratiwi^{1*}, Muhammad Rahmat²

^{1,2}Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan

Corresponding Author*: indahpratiwi194@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan, faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman, serta untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh UD. Rezeki Baru menggunakan analisis SWOT. Hasil menunjukkan bahwa berdasarkan matriks IFAS faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,92, hal ini mengindikasikan bahwa UD. Rezeki Baru berada pada posisi internal yang begitu kuat, sedangkan matriks EFAS menunjukkan bahwa factor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,88, hal ini mengindikasikan bahwa UD. Rezeki Baru merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dengan menghindari ancaman-ancaman di pasar industri diagram kartesius menunjukkan bahwa UD. Rezeki Baru berada pada kuadran I yaitu strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*) dimana posisi ini menunjukkan bahwa situasi UD. Rezeki Baru sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga bisa memanfaatkan peluang yang ada saat ini.

Kata Kunci: Strategi; Pengembangan Usaha, Analisis SWOT, Faktor Internal, Faktor Eksternal

Abstract

*This study aims to determine the factors that become strengths and weaknesses, factors that become opportunities and threats, as well as to determine the appropriate alternative business development strategy to be implemented by UD. Sustenance Baru uses a SWOT analysis. The results show that based on the IFAS matrix the strength and weakness factors have a total score of 2.92, this indicates that UD. New sustenance is in a very strong internal position, while the EFAS matrix shows that the opportunity and threat factors have a total score of 2.88, this indicates that UD. Sustenance Baru responds to the opportunities that exist in an extraordinary way by avoiding threats in the industrial market. Cartesian diagram shows that UD. New Fortune is in quadrant I, namely the Aggressive strategy (*Growth Oriented Strategy*) where this position shows that the situation of UD. New Fortune is very profitable. The company has the opportunity and strength so that it can take advantage of the opportunities that exist today.*

Keywords: Strategy; Business Development, SWOT Analysis, Internal Factors, External Factors.

PENDAHULUAN

Usaha kecil memegang peran yang besar apabila dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata serta masalah urbanisasi dengan segala efek-efek negatifnya, artinya keberadaan atau perkembangan usaha kecil diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.

Ada tiga alasan utama kenapa suatu Negara harus mendorong UMKM-UMKM yang ada untuk harus berkembang. Alasan pertama adalah, karena UMKM umumnya cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kemudian untuk alasan yang kedua, UMKM sering kali mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perusahaan teknologi. Hal ini merupakan bagian dari dinamika usahanya yang terus menyesuaikan perkembangan zaman. Untuk alasan yang terakhir, UMKM ternyata memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dibandingkan dengan perusahaan besar.

Salah satu UMKM yang sedang diminati oleh masyarakat saat ini adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan khususnya pada makanan ringan. Semakin banyaknya usaha yang bergerak dibidang makanan mengakibatkan munculnya persaingan di dunia produksi. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha baru yang muncul dalam bidang tersebut seperti restoran, catering, penjualan snack makanan ringan dan sebagainya.dalam menjalankan usaha tersebut, para pendiri usaha tidak hanya memanfaatkan Sumber Daya Manusia (SDM) saja tapi juga memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia. Salah satu SDA yang memiliki prospek yang baik untuk dijadikan sebagai bahan olahan makanan salah satunya adalah tanaman ubi kayu.

Ubi kayu merupakan salah satu tanaman yang memilki nilai ekonomi yang cukup baik di pasar nasional. Selain itu ubi kayu juga banyak diminati oleh masyarakat umum dikalangan anak-anak sampai orang tua, baik di kalangan masyarakat bawah maupun menengah ke atas. Melihat besarnya peluang dari tanaman ubi kayu, maka UD. Rezeki Baru membuka usaha keripik berbahan dasar ubi kayu.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada UD. Rezeki Baru”**

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016:2) mengatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dilihat dari tujuan, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif

kualitatif yaitu data yang telah diperoleh, di analisis, dan di interprestasikan sehingga memberikan informasi yang lengkap. Di mulai dengan mengumpulkan data, menyusun data, dan menganalisis sehingga akan memperoleh suatu gambaran yang sebenarnya mengenai masalah yang dihadapi.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi Langsung

Observasi langsung yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas organisasi yang erat kaitannya dengan analisis SWOT terhadap strategi pengembangan usaha di UD. Rezeki baru.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Pada metode penelitian dan responden berhadapan langsung (*face to face*) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan usaha pada UD. Rezeki Baru.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu teknik pengumpulan data dengan buku-buku, jurnal, dan literature lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Dokumentasi

Menurut Yusuf (2014:391) menjelaskan dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen ini dapat berbentuk teks tertulis, artifact, gambar, maupun foto.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif Kualitatif

Menurut Sugiyono (2016:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri maupun orang lain.

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu data yang telah diperoleh, di analisis, dan di intermentasikan sehingga memberikan informasi yang lengkap. Terdapat tiga aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu tahap reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap analisis dimana peneliti akan membuang data-data yang tidak dibutuhkan. Dalam menganalisis data peneliti harus mengkaji secara lebih cermat data atau informasi apa yang kurang, informasi apa yang perlu dihilangkan. Reduksi data akan dilakukan secara terus-menerus selama kegiatan penelitian berlangsung. Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci. Laporan perlu direduksi, dirangkum, dipilih-pilih hal yang pokok difokuskan pada hal-hal yang penting dicari pola dan temanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan mentah disingkat, direduksi, disusun lebih sistematis, ditonjolkan pokok-pokok yang penting, sehingga lebih mudah dikendalikan.

2. *Display* Data (Penyajian Data)

Melakukan observasi terhadap aktivitas-aktivitas yang termasuk dalam ruang lingkup penelitian untuk mengetahui gambaran perusahaan serta hal-hal yang dilakukan oleh perusahaan terhadap penelitian yang akan diteliti beserta bukti-bukti yang digunakan intansi terhadap penelitian yang dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Memberikan penilaian hasil pengamatan terhadap aktivitas-aktivitas intansi yang termasuk didalamnya terhadap pemahaman yang diperoleh pada saat melakukan pengamatan saat penelitian dibandingkan dengan teori.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Menetapkan kesimpulan dan saran terhadap ruang lingkup penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap intansi pemerintah yang dijadikan objek penelitian dari penelitian yang telah dilakukan.

Tahapan ini akan menghubungkan antara seluruh data, fakta, dan informasi yang ditemukan nalar peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Matriks IFAS diperoleh berdasarkan identifikasi faktor-faktor lingkungan strategis lingkungan internal UD. Rezeki Baru. Hasil identifikasi faktor-faktor strategis internal menghasilkan 6 kekuatan dan 6 kelemahan.

Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Matriks EFAS diperoleh berdasarkan identifikasi faktor-faktor lingkungan strategis eksternal UD. Rezeki Baru. Hasil identifikasi faktor-faktor faktor-faktor strategis eksternal menghasilkan 4 peluang dan 4 ancaman.

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Setelah mengetahui analisis IFAS dan EFAS serta mengetahui hasil susunan dari faktor-faktor internal dan eksternal UD. Rezeki Baru. Maka selanjutnya dapat diketahui posisi perusahaan UD. Rezeki Baru pada kuadran SWOT dengan cara:

$x = \text{Total skor kekuatan (S)} - \text{Total skor kelemahan (W)}$

$y = \text{Total skor peluang (O)} - \text{Total skor ancaman (T)}$

Dimana:

$x = 2,17 - 0,72 = 1,45$

$y = 1,81 - 1,07 = 0,74$

keterangan:

1. kekuatan (*Strength/S*) = 2,17

2. Kelemahan (*Weakness/W*) = 0,72

3. Peluang (*Opportunities/O*) = 1,81

4. Ancaman (*Threats/T*) = 1,07

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah matriks yang digunakan untuk menghasilkan alternative strategi yang layak dijalankan oleh suatu perusahaan berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan diantaranya factor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pada matriks SWOT bukan untuk memilih strategi yang terbaik, sehingga tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk implementasi ke dalam perusahaan. Empat tipe strategi utama yang dihasilkan yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strength-Threats*), serta strategi WT (*Weakness-Threats*). Hasil analisis SWOT UD. Rezeki Baru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Matriks SWOT UD. Rezeki Baru

	Kekuatan (<i>Strength-S</i>)	Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)
Analisis Internal	<ol style="list-style-type: none">1. Pekerja UD. Rezeki Baru ditempatkan pada bidang pekerjaan yang cocok dengan para pekerja sehingga manajemen yang dijalankan sudah berjalan baik.2. Produk sudah dikenal oleh masyarakat.3. Sudah memanfaatkan social media sebagai alat promosi atau	<ol style="list-style-type: none">1. Lokasi toko yang kurang strategis sehingga menyulitkan pelanggan untuk mencari toko.2. Tidak adanya promo yang diberikan kepada pelanggan.3. Tidak memiliki sistem pembukuan yang teratur sehingga tidak diketahui laporan keuangan yang pasti.4. Tempat produksi dan toko yang berjauhan sehingga memakan

Analisis Eksternal	pemasaran produk. (penggunaan Instagram) 4. Harga produk yang ditawarkan sangat terjangkau. 5. Produk yang ditawarkan memiliki banyak varian rasa. 6. Pemanfaatan teknologi yang canggih dalam kegiatan proses produksi	biaya transportasi. 5. Belum memiliki cabang. 6. Hasil produksi yang gampang ditiru.
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi SO	Strategi WO
1. Jangkauan pasar yang sudah sampai ke Luar Negeri. 2. Selera konsumen yang menyukai makanan gurih. 3. Adanya <i>reseller</i> yang membantu dalam memasarkan produk. 4. Adanya kemudahan yang diberikan pada zaman saat ini yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang dalam memasarkan produk	1. Memperluas jangkauan pemasaran produk untuk meningkatkan volume penjualan (S2, S3, O1, O3) 2. Memanfaatkan sistem penjualan online melalui aplikasi <i>e-commerce</i> seperti Shopee, Lazada, Grab, Gojek, dll (S4, S5, S6, O4) 3. Memperluas kerjasama dengan distributor/penyalur (S3, O3)	1. Memberikan diskon atau promo pada pelanggan yang membeli produknya lebih banyak (W2, O2) 2. Menetapkan orang khusus dalam mengatur sistem pembukuan keuangan (W3, O1) 3. Membuka beberapa cabang agar jangkauan pemasaran lebih luas (W5, O1)
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST	Strategi WT
1. Tidak adanya dukungan pelatihan dan pengembangan UMKM dari Pemerintah.	1. Menjaga <i>image</i> perusahaan dengan mempertahankan kualitas dan pelayanan produk yang ditawarkan (S4,	1. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen (W6, T2, T3, T4) 2. Melakukan

<p>2. Munculnya inovasi-inovasi baru dari para pesaing.</p> <p>3. Pesaing yang muncul rata-rata dari kerabat sendiri.</p> <p>4. Pesaing memiliki usaha yang sejenis</p>	<p>S5, S6, T3, T4)</p> <p>2. Menambah varian rasa yang berbeda dengan produk pesaing (S5, T2)</p>	<p>pengembangan produk (W6, T2)</p>
---	---	-------------------------------------

1. Strategi SO

Menurut David (2016:171), strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal. Terdapat dua alternative strategi SO yang dapat diterapkan oleh UD. Rezeki Baru, diantaranya:

- a. Memperluas jangkauan pemasaran produk untuk meningkatkan volume penjualan.
- b. Memanfaatkan sistem penjualan online melalui aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Grab, Gojek, dll.
- c. Memperluas kerjasama dengan distributor/penyalur

2. Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal suatu perusahaan dengan mengoptimalkan peluang eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (David, 2016:171). Terdapat tiga alternative strategi WO yang dapat diterapkan pada UD. Rezeki Baru, diantaranya:

- a. Memberikan diskon atau promo pada pelanggan yang membeli produknya lebih banyak.
- b. Menetapkan orang khusus dalam mengatur sistem pembukuan keuangan.
- c. Membuka beberapa cabang agar jangkauan pemasaran lebih luas

3. Strategi ST

Strategi ST bertujuan untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal perusahaan (David, 2016:171). Terdapat dua alternative strategi yang dapat diterapkan oleh UD. Rezeki Baru, diantaranya:

- a. Menjaga *image* perusahaan dengan mempertahankan kualitas dan pelayanan produk yang ditawarkan.
- b. Menambah varian rasa yang berbeda dengan produk pesaing.

4. Strategi WT

Strategi WT adalah taktik *defensive* yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal perusahaan dan menghindari ancaman yang berasal dari eksternal perusahaan. Terdapat dua alternative strategi yang dapat digunakan UD. Rezeki Baru, diantaranya:

- a) Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen.
- b) Melakukan pengembangan produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada UD. Rezeki Baru, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Lingkungan internal, didalam matriks IFAS menunjukkan bahwa factor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,92, hal ini mengindikasikan bahwa UD. Rezeki Baru berada pada posisi internal yang begitu kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan internal baik dari segi produk maupun strategi.

Lingkungan eksternal, didalam matriks EFAS menunjukkan bahwa factor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,88, hal ini mengindikasikan bahwa UD. Rezeki Baru merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dengan menghindari ancaman-ancaman di pasar industry. UD. Rezeki Baru juga memiliki peluang untuk terus mengembangkan usahanya dari berbagai analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. UD. Rezeki Baru telah terbukti bisa berkembang dengan penelaan menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan diagram cartesius menunjukkan bahwa UD. Rezeki Baru berada pada kuadran I yaitu strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*) dimana posisi ini menunjukkan bahwa situasi UD. Rezeki Baru sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga bisa memanfaatkan peluang yang ada saat ini. Seperti dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan kegiatan promosi serta pemasaran produk agar menambah jumlah pelanggan dan lebih bisa meningkatkan produksi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, serta mempertahankan kualitas produksinya.

Diketahui setelah menggandengkan kekuatan dan peluang dengan strategi SO (*Strength-Opportunities*), maka diperoleh factor yang harus dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada, yaitu Memperluas jangkauan pemasaran produk untuk meningkatkan volume penjualan, memanfaatkan sistem penjualan online melalui aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Grab, Gojek, dll, serta memperluas kerjasama dengan distributor/penyalur. Dan pada strategi ST (*Strength-Threats*) diperoleh hasil bahwa perusahaan harus tetap menjaga *image*

perusahaan dengan mempertahankan kualitas dan pelayanan produk yang ditawarkan serta menambah varian rasa yang berbeda dengan produk pesaing.

Begitu juga dengan penggabungan kelemahan dan peluang atau strategi WO (*Weakness-Opportunities*) perusahaan dapat memberikan diskon atau promo pada pelanggan yang membeli produknya lebih banyak, menetapkan orang khusus dalam mengatur sistem pembukuan keuangan, serta membuka beberapa cabang agar jangkauan pemasaran lebih luas. Dan yang terakhir yaitu penggabungan antara kelemahan dan ancaman atau strategi WT (*Weakness-Threats*), perusahaan harus mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen serta melakukan pengembangan produk.

Saran

Dari hasil wawancara dan penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti menyarankan agar UD. Rezeki Baru untuk lebih memperluas teknik pemasaran menggunakan teknologi yang berkembang saat ini seperti melalui aplikasi *e-commerce* (Shopee, Lazada, Toko Pedia, dan sebagainya) juga melalui jasa angkutan online seperti (Grab dan Gojek). Dengan melakukan teknik pemasaran yang seperti itu bukan tidak mungkin jangkauan pemasaran serta volume penjualan UD. Rezeki Baru akan semakin meningkat.

Dari segi lokasi, diharapkan UD. Rezeki Baru dapat membuka beberapa cabang yang lokasinya mudah dijangkau dan ditemukan oleh para pelanggan dan menarik konsumen baru.

Untuk mahasiswa Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam strategi pengembangan usaha dan dunia bisnis, serta pada peneliti seterusnya tentang strategi pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M. dan Iswati, S. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cet. 1. Surabaya: Airlangga University Press.
- Fahmi, Irham. 2017. *Management Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, Global edition*. 14th. Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sagian, Sondang P. 2018. *Manajemen Strategik*. Cetakan Kedua Belas. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Suyanto. 2015. *Metodologi Penelitian Cross Sectional*. Klaten: Bossscript.
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Adi
- Haryani, I., Riskarini, D., dan Ichwani, T. (2018). Business Development Strategy Model of SMEs Through SWOT and EFE-IFE Analysis. *Journal of Economics and Business*. 3(1). 76-94.
- Juansah, E., T., Rahmah, D., M., dan Ardiansah, I. (2020). Identifikasi Proses Bisnis dan Strategi Pengembangan Usaha di UKM Nugini Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 4(2). 251-257.
- Nikmah, Khusniatul Mazidun. (2019). "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam". *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.
- Wijaya, F., dan Sultan, M. A. Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*. 10(2), 205-211.
- Zuhri, S. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 2(3), 46-65.
- Zuliarni, S. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Pada kampung Patin, Kampar, Riau. *Journal of Business Administration*. 1(1), 37-46.
- Elazhari, 2019. *Policy In the development of social development in society: Study of implementation of regional regulation number 4 of 2008 concerning handling of homeless and beggar in the ...*
- Muhammad Rajali, Elazhari, Khairuddin Tampubolon, (2021). Pencocokan Kurva Dengan Metode Kuadrat Terkecil dan Metode Gauss. *AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS*, 1(1), 14-22. From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/9>
- Elazhari, 2021. Pengaruh Motivasi Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di SMP Negeri 2 Tanjung Balai, *AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS*, 1(1), 44-53. From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/7>
- Khairuddin Tampubolon, & Koto, F. R. (2019). Analisis Perbandingan Efisiensi Kerja Mesin Bensin Pada Mobil Tahun 2000 Sampai Tahun 2005 Dan Mobil Tahun 2018 Serta Pengaruh Terhadap Konsumsi Bahan Bakar Dan Cara Perawatannya Sebagai Rekomendasi Bagi Konsumen. *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 3(2), 76-83. From [Http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Jmemme/Article/View/2773](http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Jmemme/Article/View/2773)
- Wispi Elbar, Khairuddin Tampubolon, (2020), Pengaruh Campuran Silikon Pada Aluminium Terhadap Kekerasan Dan Tingkat Keausannya, *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 4(2), 183-196. From: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4070>
- Khairuddin Tampubolon, Fider Lumbanbatu (2020), Analisis Penggunaan Knalpot Berbahan Komposit Untuk Mengurangi Tingkat Kebisingan Pada Motor Suzuki Satria, *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 4(2), 174-182. From: <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4065>
- Roswirman Roswirman, ELAZHARI(2021) Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia; *AFoSJ-LAS (All Fields of Science J-LAS)*,V.1,no.4,2021 (hal.316-333)